

Reflexions entorn del model turístic: cap a una estratègia territorial turística sostenible¹

DIEGO LÓPEZ OLIVARES
Universitat Jaume I

1. Introducció

La nova societat postmoderna està immersa en uns profunds canvis on els processos econòmics es veuen completats pels aspectes culturals i socials. És el que alguns autors han anomenat «gir cultural» (Amin i Thrift, 2000; Barnes, 2001; Claval, 2002) i que Rifkin (2000) especifica en termes com que la societat actual es troba en «un moviment a llarg termini que porta des de la producció industrial a la producció cultural» i on el turisme juga un paper preponderant, no en va el qualifica «d'indústria cultural més antiga». En l'actualitat els processos de mundialització aprofundeixen en aquesta tendència on el turisme i l'oci són fonamentals per a la societat en la recerca del «estat de benestar social», i no se'ls considera un luxe sinó una necessitat. És a dir, que el turisme i l'oci han passat de ser quelcom circumstancial o conjuntural a formar part de l'estructura bàsica dels comportaments socials, fins l'extrem que, per a alguns autors (Valls, 1999), l'oci s'ha convertit en l'eix vertebrador de la societat actual.

Aquesta nova situació ha generat uns canvis en la demanda que es reflecteixen en els hàbits del turista, que ha passat a tenir comportaments més individualitzats, menys gregaris i al mateix temps, com que té una major experiència turística, s'ha convertit en més exigent amb els productes, ja no sols pel que fa a la relació qualitat-preu sinó també en termes integrals de l'oferta en la «destinació global» on tenen un paper bàsic els aspectes mediambientals i culturals.

Si ens basem en la percepció i relació que tenen els turistes amb els entorns, a més de la tipologia de turisme de litoral, la nova demanda la podem segmentar en turisme rural, turisme en els espais naturals i protegits i turisme urbanocultural; noves tipologies que es veuen acompanyades de diferents productes. Totes estan en línia ascendent en els últims anys (DD.AA., 1994-2008) i ajuden a dinamitzar els espais d'interior i a qualificar i diversificar els destins de litoral.

No obstant això, enfront del que podria semblar en una primera aproximació, aquests comportaments no responen en la seua totalitat a una substitució de les fórmules de producció turística de tipus fordista per altres postfordistas o de producció flexible, que si bé s'estan desenvolupant des dels anys noranta del segle passat, també és cert que coexisteixen amb les manifestacions pròpies del turisme de masses. Així doncs, la tendència postfordista es presenta més prompte com un procés dialèctic i teòric per a la interpretació de les transformacions que afecten els processos de consum i producció turística, que no com un substitutiu dels modes de producció fordista.

¹ Traducció del castellà del Servei de Llengües i Terminologia (Universitat Jaume I).

Respecte d'això, els comportaments tradicionals continuaran sent majoritaris i la demanda de productes clàssics com el «sol i platja» es mantindrà. Ara bé, s'introdueix el medi ambient com a factor de qualitat que reforça les tres «S» (*sun, sand, sea* / sol, arena, mar), per a corregir l'obsolescència d'alguns destins, amb tres «S» noves: seguretat, sanitat i satisfacció; amb l'objectiu de cercar l'horitzó de la qualitat i que suposarà un gran esforç de gestió. Fins i tot en aquest sentit hi ha autors que aprofundeixen en el tema i indiquen tres noves «S» com són sostenibilitat, energia solar i solidaritat (Iwand, 1999).

Per tant, encara estem davant la necessitat de redefinir els models actuals en els espais turístics per tal de fer l'activitat turística més competitiva i més sostenible.

2. Una aproximació al model turístic

D'acord amb les reflexions realitzades per a la redefinició, el model ha d'abordar-se amb una concepció de desenvolupament turístic integrat (López, 1998, 2005b). D'una banda, des de la perspectiva de la indústria turística que desenvolupa temes fonamentals com ara la innovació tecnològica, la qualitat dels establiments i serveis, les noves fórmules de comercialització, etc., i d'una altra, des de l'ús i la gestió sostenible del territori (Vera, 2001) i dels seus recursos com a clau que sustenta el sistema turístic i els seus processos de qualificació, per a la qual cosa es requereix una important coordinació en els àmbits estatal, autonòmic i local en temàtiques com són el medi ambient, recursos naturals, territori, costes, urbanisme, patrimoni, desenvolupament rural, etc.

Com ja hem avançat, en funció de la importància territorial del turisme a Espanya i de la percepció i relació que tenen els turistes amb els entorns que visiten, podem segmentar el turisme en: turisme en espais litorals, turisme en espais rurals, turisme en parcs naturals i turisme urbà, que alhora estaran integrades per diferents tipologies i productes.

2.1. El turisme en espais litorals

En els últims anys, el turisme en els espais litorals ha evolucionat cap a la renovació de les seues destinacions turístiques (López, 2007), i ha intentat superar la tradicional identificació entre turisme litoral i turisme de «sol i platja», sobretot en aquells que presenten major maduresa. Paral·lelament, també en aquest espai litoral, s'han presentat canvis en els hàbits de la demanda pel que fa a l'allotjament, i s'ha incrementat de manera extraordinària el parc de segones residències i habitatges d'usos turístics; el que es denomina vessant residencial del turisme. Aquestes tendències participen i són conseqüència, en gran manera, dels processos de globalització. Sobre aquestes tendències incideixen bàsicament: l'abaratiment dels costos del transport aeri amb la posada en escena de les companyies de baix cost; l'aplicació de les noves tecnologies de la informació i la comunicació; la unió dels grans operadors turístics internacionals; o la desintermediació derivada de les noves tecnologies, entre altres aspectes.

No obstant això, l'actual crisi econòmica financera ha posat en evidència les debilitats del sector turístic. Així, els processos amb ràpids ritmes de creixement i ocupació del sòl amb una excessiva desproporció entre el que són habitatges residencials i l'allotjament reglat hotel·ler i altres formes d'allotjament comercial, han dificultat la configuració de la

nova oferta, i s'han basat en les tendències de la demanda turística, alhora que han posat en evidència les deficiències en infraestructures i serveis.

Per tant, si ens basem en el que ens indiquen els nous escenaris tendencials de l'activitat turística, en la recerca de la diversificació i la diferenciació de les destinacions turístiques en el context de la sostenibilitat dels espais turístics, en l'actualitat es requereix una «redefinició» del model d'espais litorals basada en:

- La necessitat de realitzar una interpretació del turisme a partir del territori.
- Que la legislació no es limite tan sols a ser un instrument del canvi d'ús del sòl.
- Que el model ha de cercar l'augment de la rendibilitat social, econòmica i ambiental.
- Consideració integral del turisme i la seua gestió sota criteris de sostenibilitat.
- Regular els ritmes de creixement urbanístic.
- Abordar els problemes derivats dels processos de congestió i degradació de la qualitat de vida de les destinacions.
- Apostar per la renovació urbana als municipis turístics madurs.
- Que renovar també vol dir apostar pels valors endògens.
- Consideració de la destinació turística global, però associada a diferents unitats supramunicipals.
- Desenvolupament turístic sota el concepte de producte, és a dir la transformació de recursos en productes.
- Treball empresarial en xarxa.
- Coordinació d'actuacions entre les administracions implicades en l'activitat turística donada la seua «transversalitat».
- Compromís públicoprivat i participació ciutadana per a definir els models de gestió de les destinacions en el marc de la nova governança.

Es tracta de requalificar el model i d'abordar diferents estratègies en el marc d'un desenvolupament turístic integrat. Entre aquestes estratègies destaca la de la competitivitat de l'entorn amb la millora mediambiental, de l'escena urbana, dels serveis públics, incorporació de les tecnologies de la informació i comunicació, infraestructures, transports, etc.; l'estratègia de l'oferta amb l'ordenació de productes (principals, perifèrics, complementaris), on cal considerar la temporada alta i la baixa que es presenta en les diverses destinacions; l'estratègia sobre la demanda que recolza sobre observatoris i tècniques d'investigació sociològica; l'estratègia de formació de recursos humans; estratègia de dinamització o estratègia de finançament, entre altres.

Per a l'aplicació d'aquestes estratègies i que els processos de desenvolupament turístic siguin sostenibles en els espais litorals (López, 2005b) seria necessari zonificar el litoral segons el grau de desenvolupament turístic de les diferents àrees amb un enfocament de «destinació global», ja siga local o supramunicipal. En aquest sentit es donen dos àmbits fonamentals, el de les destinacions tradicionals i el de les àrees emergents amb expectatives turístiques. Per a les primeres caldria actuar per mitjà de plans de reconversió, sobretot en els espais saturats en la línia apuntada, i en els segons caldria anar a la modelització de la seua tipologia tant edificatòria com urbanística, i on l'oferta complementària vaja en funció de la vocació del territori i considere la seua sostenibilitat.

2.2. El turisme en espais rurals

Es tracta d'una tipologia turística que respon a la presència de nous segments de demanda amb motivacions vinculades a l'autenticitat i el valor de l'entorn dels espais que es visiten, a més de la motivació que suposen les pràctiques d'oci actiu. Després de superar l'alentiment dels dos primers anys d'aquest segle, a partir de 2003 es va tornar a presentar com una de les modalitats amb major creixement relatiu. L'any 2007 el nombre de viatgers entrats i allotjats en els establiments rurals a Espanya ha sigut de 2.661.357 persones, la qual cosa representa un increment sobre l'any 2006 del 9,7% (Fuentes, 2008) i el 5,7% dels viatges turístics, aportació que és major si tenim en compte que aquest percentatge és només sobre els allotjats en cases rurals.

Per tot això, en els espais d'interior, sobretot en els més desfavorits, el turisme es presenta com un fenomen estructural (López Palomeque, 2008) a més de com un instrument per a la dinamització dels espais emergents des del punt de vista turístic, sobretot quan encara hi persisteixen problemàtiques demogràfiques i socioeconòmiques. Respecte d'això, les ajudes europees per mitjà dels programes LEADER i PROPRODER (López, 1999) han contribuït a potenciar l'associacionisme i l'exercici d'activitats, l'allotjament i la valoració del patrimoni, entre altres. Igualment, la seua actuació a nivell supramunicipal ha contribuït a una millora en la coherència territorial, ambiental i funcional. Des del punt de vista estrictament turístic aquesta situació es veu acompanyada encara d'una sèrie de debilitats entre les quals podem destacar: l'escassetat d'oferta d'allotjament, l'estacionalitat, la falta d'empreses d'oci actiu, l'escàs aprofitament de les noves tecnologies, la insuficient qualificació del servei, els pocs punts d'informació turística i de senyalització i la insuficient política de promoció. En els espais rurals necessitem un plantejament sistèmic l'objectiu general del qual ha de consistir a incidir més en el marc de la nova «multifuncionalitat» del medi rural (López, 2005a), en desenvolupaments sostenibles al mateix temps que en desenvolupaments socioeconòmics, i en mantenir els valors tant mediambientals com culturals.

Per a aconseguir-ho hauríem de recolzar-nos sobre:

- La delimitació dels espais rurals segons les seues especificitats. Això requereix un alt coneixement de les diferències tant geogràfiques com socioeconòmiques d'aquests espais i la consideració dels nous usos o transformacions del sòl i les tendències de la demanda.
- Identificar en les noves delimitacions «unitats ambientals turístiques» per a prioritzar projectes singulars que siguin la clau del futur, i facilitar alhora les inversions privades i públiques i a la seua coordinació.
- Aconseguir dissenys territorials no sols en funció dels recursos de medi físic, sinó de l'entramat de relacions socials, empresarials, etc., amb un paper especial per a les organitzacions.
- Transformar els recursos en productes innovadors amb la creació de marques i denominacions d'origen, per a la qual cosa es necessitaran majors suports en I+D+I.
- Que les empreses i organitzacions creen les seues xarxes (verticals i horitzontals) i els seus sistemes de producció que donen certa singularitat als seus productes, per a la qual cosa s'haurien de recolzar en la innovació, la formació i les noves tecnologies.
- Reforçar les infraestructures, les comunicacions, les xarxes telemàtiques i els

serveis des de les «unitats ambientals» ja que l'absència o el dèficit dificulta la viabilitat d'accions.

- Gestionar adequadament els recursos hídrics i compatibilitzar la «multifuncionalitat» del medi rural.
- Que el desenvolupament del turisme des del punt de vista de l'oci i recreació, que tanta presència té en les diferents àrees rurals, s'ha d'integrar en el medi, i que s'hi apliquen les mesures correctores oportunes de càrrega social, econòmica i ambiental.
- Aconseguir fórmules financeres (enginyeria financera) i de caràcter fiscal que ajuden a reduir els aspectes assistencialistes que encara perduren en els espais rurals.

El desenvolupament turístic de l'interior, atesa la condició sistèmica dels espais rurals ens obliga a plantejar simultàniament totes les interrelacions que generen els subsistemes que els configuren, des del fisiconatural ambiental al social o institucional, tasca no fàcil per la dificultat d'articular tanta complexitat reflectida en els seus aspectes “multifuncionals” que alhora es veu condicionada pels altres subsistemes socioeconòmics als que aporta resultats ja siga de forma directa en producció o de forma indirecta en generar externalitats positives.

Per tant, adquireixen una gran importància la creació de xarxes de cooperació que són les que faciliten la vertebració del medi rural tant social com territorial, si bé cal que es redefinisquen en el seu concepte empresarial, amb una incidència no sols en els aspectes purament econòmics sinó amb una potencialització en els relacionals, d'ací la rellevància de tot allò social i cultural.

En aquest enfocament turístic integrat és fonamental potenciar el que és local i recolzar-se en la trilogia del desenvolupament comunitari, és a dir en les organitzacions i empreses, en les tecnologies i innovacions, i en el territori (Storper, 1998). Aquest últim no sols contemplat com a mitjà físic sinó com a potenciador de les relacions socials i econòmiques.

No obstant això, per a evitar posar en perill la viabilitat dels processos al medi rural, és necessari millorar l'eficàcia de la planificació mitjançant una major participació de la població local, és a dir, reforçar la planificació integral en sentit «ascendent». Per a aconseguir-ho, la població local ha d'adoptar i preparar projectes de desenvolupament basats fonamentalment en els recursos propis, específics, i ha d'assumir el protagonisme dels processos de decisió (Ruiz Avilés, 2000: 14). Aquest fet ens porta a la necessitat ineludible de la formació de recursos humans, que en aquest plantejament és igual o més determinant que la pròpia adquisició dels recursos financers.

La formació o coneixements adquirits (tecnologismes, *know how*, etc.) juntament amb els tàcits que formen el patrimoni cultural, han de generar processos de coneixements col·lectius que donen autoconfiança a la societat del medi rural en els seus processos de desenvolupament.

2.3. El turisme en parcs naturals

El turisme de naturalesa s'emmarca en el turisme postfordista, fruit dels canvis de la societat postindustrial i dels seus nous hàbits de consum, d'oci i recreació (Urry, 1995), on el món de la naturalesa representa un punt de trobada entre l'home i el medi ambient i una alternativa de desenvolupament turístic al turisme convencional. Des de la conceptualització

de la psicologia ambiental (Pitt i Zube, 1987) un parc natural és, en definitiva, un gran espai social, on intervenen distints actors i on es plantegen diferents usos i es desenvolupen distints tipus d'activitats, entre les quals lògicament les de turisme, oci i recreació. Per tant, els espais naturals han passat de ser simples suports de les activitats turístiques a ser fonamentals en l'experiència turística que es basa en els seus recursos. En aquest context han sorgit diverses tipologies turístiques de turisme de naturalesa (actiu, especialitzat/ecoturisme), ecològic i turisme verd, on es practiquen una sèrie de modalitats com el senderisme, campisme, cicloturisme, alpinisme, etc., que propicien així, en el marc de les tendències de les noves demandes, una veritable «mercantilització» de la naturalesa (Vera i altres, 1977: 142), en aquesta recerca de la qualitat de vida de la societat moderna.

Aquestes dinàmiques han suposat que en els últims lustres la demanda dels parcs naturals presente increments interanuals d'entre el 10 i el 30%, mentre que els ritmes interanuals de la demanda turística general a nivell mundial en són del 3,4% (Pulido, 2005a). En el cas dels espais protegits espanyols que són 1587 (a 31 de desembre de 2007) i ocupen més de sis milions d'hectàrees (5.952.226) la qual cosa representa l'11,8% del territori nacional, a les qual cal afegir les 251.139 hectàrees marines (De Lucio i altres, 2008), s'estima que la demanda en aquests espais oscil·la entre els 26 i 36 milions de persones a l'any atesa l'escassetat d'informació qualitativa i quantitativa sobre la demanda turística d'aquests espais naturals (Pulido, 2008). D'aquestes, quasi 11 milions es comptabilitzen als parcs nacionals amb una variació entre 2007/1998 del 19,7%, és a dir, quasi un 2% de creixement de taxa mitjana anual (Organisme Autònom de Parcs Nacionals del Ministeri de Medi Ambient). Aquest fet ha tingut unes importants repercussions socioeconòmiques i ha generat més de 4.000 llocs de treball directes i inversions que l'any 2007 van estar entorn dels 24 milions d'euros.

Aquests processos de creixement no estan exempts de problemàtiques derivades, majoritàriament, de l'excés de capacitat de càrrega o d'acollida juntament amb l'inadequat ús d'aquests espais per a la pràctica tant de l'oci com de la recreació o l'esport referits anteriorment. Així, a pesar de l'ordenament ambiental rigorós, de les figures de planificació creades per la Llei 4/89 (Pla d'Ordenació dels Recursos Naturals, PORN, i Pla Rector d'Ús i Gestió, PRUG) que tenen aquests espais protegits i de les recomanacions realitzades per organismes i institucions com la Federació de Parcs Naturals i Nacionals d'Europa per mitjà de documents com: «Living then to death? Sustainable tourism in Europe's nature and natural parks» en 1993; el publicat per la Unió Internacional per a la Conservació de la Natura (UICN): «Parks for life: actions for Protected Areas in Europe»; o la Carta Europea de Turisme Sostenible als Espais Protegits, on es recull la voluntat de les institucions i dels professionals del turisme per afavorir que es complisquen els principis del desenvolupament sostenible en les àrees protegides, les problemàtiques persisteixen. Això es reflecteix en importants impactes sobre la vegetació per la creació d'infraestructures inadequades, tals d'arbres, incendis; sobre la contaminació de l'aire per l'excessiu nombre de vehicles de motor i les seues pràctiques; sobre l'aigua pel seu ús inadequat que impacta i contamina aqüífers i masses d'aigua; també impactes geològics ja que es destrueixen certes estructures pels processos erosius, o també impactes socioculturals en les comunitats que habiten aquests espais o els seus entorns.

Tots aquests processos i afeccions ens han de fer reflexionar sobre la necessitat d'aplicar instruments de gestió en els espais naturals protegits perquè puguin coexistir en una per-

fecta simbiosi els nous usos que demanda la societat amb la protecció dels seus recursos, i que per tant, a la conservació i protecció d'aquests espais, s'hi unisquen la rendibilitat econòmica i la sostenibilitat.

Es tractaria de desenvolupar models o metodologies de caràcter integrat actiu que ens permeteren d'una banda, avaluar l'evolució de la situació d'aquests espais protegits i d'una altra, que foren eines útils per a la gestió pública que facilitaren el fet de primar determinades polítiques en detriment d'altres. En l'aplicació del model caldria considerar en aquests espais variables referents al medi físiconatural, a la demografia i socioeconomia (desenvolupament social, renda, ocupació, capacitat productiva), a la capacitat turística (productes actuals, potencials, oferta, demanda), i les referents a les polítiques turístiques actives (capacitat d'inversió, subvencions, indemnitzacions, etc.).

Per a la configuració d'un model d'ordenació, planificació i gestió turística activa en els espais naturals protegits és necessària la participació de tots aquells agents i institucions interessats en aquests espais, els anomenats "stakeholders". Per a aconseguir-ho, és determinant la identificació i el coneixement de les interaccions que tinguen entre elles les parts interessades, ja que de l'estat d'aquestes relacions dependrà en gran mesura, l'estructura del model. En aquest model serà important que es faci una adaptació contínua dels canvis produïts al territori, dels fluxos turístics i de les formes d'administració i gestió (Pulido, 2005b), perquè es puguin complir els objectius previstos. Finalment el model, donada la transversalitat pròpia de l'activitat turística i més pronunciada en els espais naturals, i donada la seua fragilitat i legalitat de protecció, necessitarà un gran esforç publicoprivat en el marc de la nova governança on s'intensifiqui la coordinació entre les diferents administracions i alhora aquestes sintonitzen amb el conjunt d'agents implicats en el desenvolupament turístic d'aquests espais.

En definitiva, el turisme en els espais naturals protegits és una tipologia turística que té una rellevància estratègica, ja no sols per la seua contribució a la socioeconomia dels diferents territoris sinó per la seua important contribució a la competitivitat del turisme espanyol.

2.4. El turisme urbà

L'espai urbà, la ciutat, és un dels destins turístics més antics. Ja des dels primers viatgers romàntics fa més de segle i mig, l'increment de visitants als nuclis urbans ha sigut una constant. Així, en l'actualitat el turisme de ciutat representa una modalitat turística que desenvolupa diferents tipologies en expansió, tant a nivell de les grans ciutats mundials com europees i espanyoles. Respecte d'això i per a aprofitar aquestes tendències l'administració turística espanyola ha optat, des de fa uns anys, per donar suport a aquestes dinàmiques turístiques en la seua estratègia de diversificació, atès que ajuda a desestacionalitzar l'activitat turística i a enfortir socioeconòmicament les ciutats. Aquestes, per ser nuclis històrics, plurals i heterogenis presenten grans complexitats que a la vegada es reflecteixen en un potent entramat de productes ja siguin culturals, artístics, patrimonials, o de negoci i oci. Cal destacar també algunes ciutats costaneres pel seu turisme nàutic i de creuers.

A Espanya segons les dades de l'Enquesta d'Ocupació Hotelera de 2007 de l'Institut Nacional d'Estadística que analitza 144 punts turístics i una vegada seleccionats 46 municipis considerats com a destins de turisme urbà/turisme de ciutat (De la Calle i García, 2008),

el nombre de viatgers a aquestes ciutats va ser per a l'any 2007 de 33.290.797, que van realitzar un total de 68.969.114 pernотacions en allotjaments hotelers, d'aquests un 48,74% eren estrangers, amb un increment interanual entre 2006 i 2007 del 4,12%, que segueix la tendència a l'alça dels últims anys. Atesa l'expansió detectada en el turisme cultural urbà en els últims anys i amb la finalitat de conèixer els trets bàsics d'aquesta tipologia turística TURESPAÑA va editar l'any 2007 el «Primer estudi del producte de turisme cultural de ciutat» amb especial atenció a escapades curtes o *city break*. En aquest àmbit des del punt de vista patrimonial Espanya és un país de gran riquesa i diversitat patrimonial, 40 béns inscrits en la llista del Patrimoni de la Humanitat de la UNESCO (2007), 15.674 béns immobles inscrits com béns d'interès cultural i 886 conjunts històrics (Ministeri de Cultura, 2007). El gran valor intrínsec d'aquests conjunts patrimonials reforça la seua dimensió turística (Troitiño i Troitiño, 2007a) en el marc d'aquesta estratègia de diversificació de l'oferta urbana encara que en alguns casos acompanyats de problemàtiques de sostenibilitat.

Respecte al turisme de negocis i reunions, en constant expansió, Espanya es troba molt ben situada en el context internacional amb un 7,4% de quota de mercat mundial, encara que molt concentrat en les grans aglomeracions metropolitanes. En els últims anys el nombre de reunions a les ciutats associades al Spais Convention Bureau s'ha incrementat de manera molt important ja que dels 3.102 registrats en 1995 es va passar, l'any 2000 a 10.073 i l'any 2006 a 17.876, xifra que enguany ha superat els 3 milions de participants. L'evolució d'aquests increments és molt significativa i es reflecteix també en les aportacions econòmiques que ascendeixen tant en els aspectes directes com indirectes a 6.419 milions d'euros (López i altres, 2008), la qual cosa significa en l'actualitat una ajuda determinant per a la sostenibilitat socioeconòmica de les ciutats.

També cal destacar que moltes ciutats situades al litoral compten amb atractius turístics addicionals relacionats amb el turisme de creuers, que a pesar de la crisi econòmica es troba en expansió (Esteve, 2008), i amb la navegació esportiva, els esdeveniments relacionats amb la qual serveixen per a requalificar àrees portuàries i entorns i crear noves imatges i escenaris per a les ciutats litorals. El cas més recent és el de la ciutat de València amb la celebració de la 32a America's Cup, entre els anys 2004-07 i que segons l'Institut Valencià d'Investigacions Econòmiques (IVIE), les despeses estimades associades a aquest esdeveniment han sigut de 2.767,9 milions d'euros, i ha representat una oportunitat per a situar la ciutat de València com un destí turístic a nivell internacional (Canós i Ramón, 2008), a més de potenciar de manera indirecta altres tipologies turístiques com el referit turisme de negocis i reunions.

No obstant això, la inserció de les activitats turístiques en les destinacions, sobretot patrimonials, no està exempta de problemàtiques i conflictes, sobretot quan el creixement turístic ha sigut espectacular, com és del cas de Barcelona (Troitiño i Troitiño, 2007b). Els efectes de la saturació provocada per una sobre càrrega de visitants es reflecteixen en la degradació de l'espai urbà quan no en la pèrdua d'identitat de l'espai històric.

En definitiva, que a pesar que en els últims anys s'ha parat més esment als processos de planificació de les ciutats amb l'aplicació d'instruments d'ordenació i planificació com els plans especials (PE), que han millorat des dels parcs urbans, fins als accessos a les ciutats, el paisatge urbà i els equipaments comunitaris; les repercussions d'un creixement de visitants no controlat ha generat en moltes ciutats importants disfuncions amb repercussió en

la sostenibilitat d'aquests destins. Per tant en les polítiques estratègiques del turisme de les ciutats s'ha de contemplar a manera de síntesi: la gestió del patrimoni tant arquitectònic com urbanístic i s'ha d'incidir en la infraestructura i l'equipament turístic; l'estimació dels fluxos i càrrega turística; les incidències econòmiques i funcionals (població, economia urbana, economia del casc històric); la mobilitat turística i accessibilitat; i les polítiques de sostenibilitat ambiental.

3. Conclusions

El desenvolupament de les diferents modalitats i tipologies turístiques en els distints àmbits territorials, tant litorals, com rurals, de naturalesa o urbans necessiten, donada l'expansió de la seua demanda turística i d'oci generada en els últims lustres en el marc de la societat postmoderna, una planificació i gestió turística integrada adequada perquè els seus usos puguin ser sostenibles.

Cada un d'aquests àmbits territorials té una sèrie de característiques especials de desenvolupament al marge de la seua major o menor relació amb l'activitat turística. Això implica haver de respectar les característiques tradicionals i culturals d'aquests espais i integrar l'activitat turística en un conjunt més ampli. És a dir, que enfront del model tradicional sorgeix com alternativa, el concepte de turisme sostenible que tracta de conjugar la necessària conservació del medi ambient natural i cultural amb una demanda en augment cada vegada més exigent en qualitats i serveis en les diferents destinacions turístiques. Això requereix d'una planificació i gestió turística de caràcter integrat, on l'activitat turística, en els diferents espais, actue com a instrument de desenvolupament i no sols com a finalitat en si mateixa. Per tant, cal superar la visió sectorial del turisme ja que aquest és de caràcter transversal, la qual cosa el fa alhora més complex en el seu adequat desenvolupament. Per tal d'aconseguir-ho, cal aplicar nous models que fins i tot vagin més enllà de la mera creació de productes i on s'incloguen les noves tendències de governança de les destinacions sobre la base de la cooperació publicoprivada. Aquesta cooperació passa per la identificació i el coneixement de les interrelacions entre els agents i parts interessades (els anomenats «stakeholders» en el món anglosaxó) en els diferents àmbits territorials, ja que d'aquestes relacions depèn, en gran mesura, l'estructura del model turístic en les seues diferents modalitats i tipologies dels seus espais. En qualsevol cas i siga quin siga el model, aquest ha de cercar una evolució del nombre de turistes amb creixements menys especuladors però més continus al llarg del temps, sense aconseguir els nivells crítics de capacitat de càrrega dels diferents destins que els facen més sostenibles i respectuosos amb els recursos d'aquests espais.

BIBLIOGRAFIA

- AMÍN, A i N. THRIFT (2000): «What kind of economic theory for what kind of economic geography?», *Antipode*, 32, 4-9.
- BARNES, T.J. (2001): «Rethorizing Economic Geography: From the Quantitative Revolution to the Cultural Turn», *Annals of the Association of American Geographers*, 91 (3), 546-565.
- CANÓS, L. i F. RAMÓN (2008): «Efectos de la Copa América en el turismo de reuniones de la Comunidad

- Valenciana, dins LÓPEZ, D. (ed.): *Turismo de negocios y reuniones*, València, Tirant lo Blanch, 401-412.
- CLAVAL, P. (2002): «El enfoque cultural y las concepciones geográficas del espacio», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 34, 21-39.
- DD.AA. (1994-2008): *La Actividad Turística Española*, Madrid, AECIT.
- DE LA CALLE, M. y M. GARCÍA (2008): «Turismo urbano/turismo de ciudad», dins LÓPEZ, D. i J.I. PULIDO (eds.): *La Actividad Turística Española en 2007*, Madrid, Editorial Universitaria Ramón Areces i AECIT, 661-672.
- DE LUCIO, J.V. i altres (2008): *Anuario EUROPARC-España del estado de los espacios naturales protegidos 2007*, Madrid, Fundación Fernando González Bernáldez.
- ESTEVE, R. (2008): «Turismo de cruceros», dins LÓPEZ D. i J.I. PULIDO (dirs.): *La Actividad Turística Española en 2007*, Madrid, Ramón Areces i AECIT, 709-718.
- FUENTES, R. (2008): «Turismo en áreas rurales», dins LÓPEZ D. i J.I. PULIDO (dirs.): *La Actividad Turística Española en 2007*, Madrid, Ramón Areces i AECIT, 643-659.
- IWAND (1999): Conferencia dictada en la ITB de Berlín, <www. tui-environment.com>.
- LÓPEZ OLIVARES, D. (1998): «La ordenación y la planificación integrada de los recursos territoriales turísticos», Castelló, Universitat Jaume I.
- (1999): «Las tendencias de la demanda y las políticas turísticas integradas, como instrumento de revitalización de los espacios naturales españoles de interior», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 28, 61-83.
- (2005a): «Reflexiones sobre el desarrollo rural en la Unión Europea y la Comunidad Valenciana», *Quaderns Agroambientals*, 7, 39-72.
- (2005b): «Cambios y transformaciones en el actual modelo turístico de España», *Annals of Tourism Research*, vol 7, 2, 423-446.
- LÓPEZ OLIVARES, D. i altres (2008): *Turismo de negocios y reuniones*, València, Tirant lo Blanch.
- LÓPEZ OLIVARES, D. (dir.) (2007): *Turismo en espacios litorales*, València, Tirant lo Blanch.
- LÓPEZ PALOMEQUE, F. (2008): «Delimitación conceptual y tipologías del turismo rural», dins PULIDO FERNÁNDEZ, J.I. (coord.): *El turismo rural*, Madrid, Síntesis, 21-49.
- PITT, O.G. i E.H. ZUBE (1987): «Management of natural environments», dins STOKLS, D. i I. ALTMAN (eds.): *Handbook of environmental psychology*, vol II, Nova York, Wiley, 1008-1042.
- PULIDO, J.I. (2005a): *Criterios para una política turística sostenible en los parques naturales de Andalucía*, Junta de Andalucía.
- (2005b): «Turismo de naturaleza», dins *La Actividad Turística Española en 2004*, Editorial Universitaria Ramón Areces, 561-583.
- (2008): «Turismo de naturaleza», dins LÓPEZ, D. i J.I. PULIDO (dirs.): *La Actividad Turística Española en 2007*, Editorial Universitaria Ramón Areces i AECIT, 691-708.
- RIFKIN, J. (2000): *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*, Barcelona, Paidós.
- RUIZ AVILÉS, P. (2000): *Bases para la acción social y planificación estratégica del desarrollo rural*, Consejería de Agricultura y Pesca. Junta de Andalucía.
- STORPER, M. (1998): «Las economías regionales como activos relacionales», *Ekonomia*, 41, 10-45.
- TROITINO, M.A. i L. TROITINO, L. (2007a): «Turismo cultural y destinos patrimoniales», dins LÓPEZ, D. y PULIDO, J.I. (dirs.): *La Actividad Turística Española en 2006*, Madrid, Editorial Universitaria Ramón Areces i AECIT, 631-645.
- (2007b): «Planificación y gestión del turismo en destinos patrimoniales», dins *Turismo Cultural*, Barcelona, FUOC, 104-142.
- URRY, J. (1995): *Consuming places*, Londres, Routledge.
- VALLS, F. (1999): «Innovar en turismo y ocio: públicos cambiantes, nuevas satisfacciones, nuevos productos, nuevos métodos de gestión de las empresas», VIII Simposio Internacional de Turismo, Barcelona, ESADE.
- VERA, J.F. (2001): *Planificación y gestión del desarrollo turístico sostenible: propuestas para la creación de un sistema de indicadores*, Alacant., Instituto Universitario de Geografía, Universitat d'Alacant.
- VERA, J.F. i altres (1997): *Análisis territorial del turismo*, Barcelona, Ariel.